

communiqué

diffusion immédiate

Bilan 2014 à la hausse et promotion de l'été 2015

Québec, le 1^{er} juin 2015 – Dans le cadre de son assemblée générale annuelle 2015 devant ses membres et l'industrie, l'Office du tourisme de Québec dresse un bilan positif de l'année 2014 et lance une campagne promotionnelle prometteuse pour l'été 2015. En 2014, la région de Québec est l'une des meilleures en ce qui a trait aux ventes de chambres hôtelières à l'échelle provinciale avec une augmentation de 2,7 %, tandis que la moyenne provinciale diminue de - 1,1 %. De plus, le bilan général d'achalandage (attraits, hôtels, restaurants et boutiques) de la région est lui aussi légèrement à la hausse à 0,9 %.

Promouvoir l'été 2015

En ce qui a trait à sa campagne promotionnelle pour l'été 2015, l'Office du tourisme consacre 2,7 millions de dollars en budget marketing pour assurer la mise en marché de la destination de Québec. Compte tenu de la forte devise américaine qui favorise le retour des touristes américains cette année, plus de 60 % du budget de l'Office est consacré à courtiser ce marché.

De plus, plusieurs outils seront mis de l'avant afin d'attirer les touristes québécois. Le passeport rabais est de retour, en formule été, afin d'attirer les familles. Il propose une cinquantaine d'offres promotionnelles qui prennent la forme de rabais, de valeurs ajoutées lors d'événements, de visites touristiques, de fréquentation de restaurant ou de réservations d'hôtels. L'objectif est de convaincre les familles principalement en provenance de Montréal et de la Montérégie de vivre ou revivre des vacances en famille dans la région de Québec. Plusieurs publicités paraîtront dans le journal La Presse et La Presse + ainsi qu'un hors série de La Presse + à la mi-juin 2015, une première pour une destination touristique au Québec. Une campagne d'affichage sera aussi déployée dans les trains de banlieue de la région de Montréal. À noter qu'environ 80 % de nos offensives et de nos placements publicitaires sont maintenant en format numérique.

La pierre angulaire de la campagne de promotion estivale en Ontario (Toronto) ainsi que dans les régions de Boston et de New York s'articule autour de photos de voyageurs « selfies » cocasses. Les 25-45 ans sont ciblés afin d'augmenter la notoriété de la destination. La ligne « Québec vous va à ravir malgré tout / Québec City looks good on you no matter what » vient appuyer le charme indiscutable de Québec. Mettre de l'avant des « selfies » cocasses devant

de magnifiques panoramas de la ville de Québec qui font oublier les mauvaises photos. Grâce à la beauté et au côté européen de Québec, toutes les photos sont bonnes! Nous poursuivons également notre positionnement « So Europe. So close » qui continue d'accumuler les succès. Ces créations ont été réalisées en collaboration avec l'agence Cossette de Québec.

Une équipe de délégués pour vendre « l'expérience Québec » à l'étranger

L'équipe de délégués de l'Office du tourisme de Québec continue de parcourir l'Amérique du Nord et l'Europe francophone en 2015 afin de faire connaître la destination touristique de Québec à l'échelle internationale. Ils multiplient les salons professionnels et rencontres en plus d'organiser des tournées de familiarisation avec des voyageurs, des journalistes et des blogueurs afin de faire vivre « l'expérience Québec » aux experts de l'industrie.

Nouvelle section Web, « immersion dans le Vieux-Québec »

Une nouvelle section du site de l'Office du tourisme de Québec met en vedette le secteur le plus prisé de la destination de Québec. Comme le Vieux-Québec est LA raison pour laquelle 70 % des visiteurs choisissent la destination touristique de Québec, cette nouveauté vous fait vivre l'expérience du Vieux-Québec avec des visuels interactifs et des images animées.

L'Office du tourisme de Québec est fier de vous présenter cette première section entièrement dédiée au Vieux-Québec dans son site Internet qui innove constamment. Elle a été réalisée en collaboration avec notre agence Web, Sigmund, ainsi qu'avec Nova Film pour les segments de vidéo : www.regiondequebec.com/vieuxquebec.

Promotion des croisières internationales

L'engouement pour la destination touristique de Québec se poursuit auprès des compagnies de croisières. L'Office du tourisme de Québec cible donc davantage ses publicités Web ainsi que ses formations auprès des agents de voyages américains afin d'accroître le nombre de nuitées des croisiéristes en situation d'embarquement/débarquement.

Toutes nos actions visent à faire connaître le côté distinctif de la région touristique de Québec auprès de nos marchés ciblés ainsi que des marchés internationaux tout en maximisant notre rendement sur investissement. En toute saison, le charme de la ville rayonne aux quatre coins du globe afin que Québec devienne un incontournable en tant que destination culturelle, festive, sportive et empreinte d'histoire.

- 30 -

Source : Marie Julie Couturier
Conseillère en communications, relations publiques et édition
581-995-0972
Mariejulie.couturier@quebecregion.com

Saisissez L'effet Québec

Économisez jusqu'à 50 % sur
une foule d'activités et d'hôtels.
Créez votre passeport sur

PasseportÉté.com

Passeport
rabais



Québec
City and Area

QUÉBEC CITY LOOKS GOOD ON YOU NO MATTER WHAT

SoEuropeSoClose.com



Québec
City and Area

QUÉBEC CITY LOOKS GOOD ON YOU NO MATTER WHAT

SoEuropeSoClose.com

